

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan pemanfaatan berbagai jenis media elektronik seperti internet serta didukung oleh semakin berkembangnya teknologi yang sangat pesat, khususnya perkembangan teknologi informasi tentunya mempengaruhi jalannya bisnis suatu perusahaan dalam memanfaatkan media internet agar dapat memajukan bisnisnya. Pada dasarnya internet adalah sebuah media yang dimanfaatkan dengan tujuan agar proses komunikasi lebih efisien dengan bantuan berbagai jenis aplikasi di dalamnya diantaranya, web, VOIP, serta e-mail (Prihatna, 2005). Salah satu manfaat internet yang dirasakan oleh perusahaan yaitu internet sedikit banyak dapat memudahkan perusahaan dari segi finansial maupun non finansial.

Sebagian besar perusahaan telah memanfaatkan internet guna menunjang kegiatan operasionalnya agar lebih efektif dan efisien. Peningkatan peran internet yang sangat tinggi tentunya perlahan akan berpengaruh pada cara bisnis suatu perusahaan yang secara tidak langsung dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk memudahkan komunikasi dengan para investor. Salah satu wujud pemanfaatan teknologi internet yang dapat dilakukan oleh perusahaan adalah melalui sistem *website*. Di dalam sistem *website* perusahaan yang baik seharusnya termuat informasi tentang profil perusahaan yang mudah dipahami dan mudah diakses oleh penggunanya.

Jumlah masyarakat Indonesia yang terhubung ke internet tiap tahunnya kian menunjukkan peningkatan. Berdasar pada hasil survei pada tahun 2017 dan 2018, Asosiasi Penyelenggara Jaringan Internet Indonesia (APJII) mempublikasikan bahwasanya di Indonesia, tercatat pengguna internet terus menunjukkan peningkatan. Pada tahun 2017 terdapat 143,26 juta pengguna internet dan mengalami peningkatan pada tahun 2018 yaitu 171,17 juta orang. Adapun total penduduk Indonesia sebanyak 264,16 juta orang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat kenaikan sebesar 10,12 persen (CNBC Indonesia, 2018).

Penggunaan internet di Indonesia saat ini tidak hanya menjadi kebutuhan sekunder, namun telah berganti menjadi salah satu kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan berkembangnya internet yang cepat, mudah diakses oleh siapa saja, dan tidak membutuhkan biaya yang mahal tidak luput dimanfaatkan oleh berbagai sektor industri untuk mengembangkan bisnisnya serta menjalin komunikasi yang baik dengan para investor dalam hal penyediaan dan penyebaran terkait informasi perusahaan. Dengan melakukan praktik penyediaan informasi melalui internet, perusahaan mempercayai hal tersebut akan membuat investor lebih tertarik untuk melakukan investasi dan menggambarkan *image* yang baik serta nilai “*plus*” bagi perusahaan.

Tabel 1.1
DAFTAR PERUSAHAAN *HIGH PROFILE* YANG TERDAFTAR DI BEI
DAN MEMPUNYAI *WEBSITE*

No	Keterangan	Jumlah
1	Perusahaan <i>High Profile</i> yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia	233
2	Perusahaan <i>High Profile</i> yang Memiliki <i>Website</i> Pribadi	214
3	Perusahaan <i>High Profile</i> yang Memiliki <i>Website</i> dan Mengunggah Laporan Tahunan	179

Sumber: BEI, diolah pada 12 November 2020.

Tabel 1.1 menunjukkan ringkasan perusahaan *high profile* yaitu sejumlah 233 perusahaan yang tercatat di BEI, meskipun demikian dari sekian banyak perusahaan tidak semuanya menerapkan praktik *Internet Financial Reporting*. Terdapat 19 perusahaan yang *website* pribadinya sulit atau bahkan tidak dapat diakses. Beberapa perusahaan yang memiliki *website*, mereka tidak mengunggah laporan tahunan secara rutin kepada publik, yakni sejumlah 35 perusahaan. Dari 233 perusahaan yang termasuk dalam kategori perusahaan *high profile* dan tercatat di Bursa Efek Indonesia (BEI) diketahui hanya 179 perusahaan saja yang mengunggah laporan tahunannya di *website* pribadi perusahaan. Hal ini tidak sejalan dengan berkembangnya internet yang semakin pesat. Dengan kemajuan internet dan teknologi, seharusnya hal ini dapat mendorong perusahaan untuk mengelola *website* dengan baik, lengkap, informatif, mudah dimengerti dan mudah diakses yang berguna untuk membangun hubungan baik dengan para investornya. Kelompok industri *high profile* diantaranya adalah industri di bidang perminyakan dan pertambangan, kimia, hutan, tembakau dan rokok, kertas, agribisnis, produk makanan dan minuman, komunikasi dan media, otomotif, penerbangan, energi (listrik), *engineering*, kesehatan serta transportasi dan pariwisata (Robert, 1992 dalam Widayanti & Juliarto, 2016).

Fenomena yang terjadi pada perusahaan *high profile* yakni beberapa perusahaan belum memiliki *website* pribadi dan belum melaksanakan praktik *Internet Financial Reporting* dalam menjalankan kegiatan operasional bisnisnya. Salah satu perusahaan *high profile* pada sektor pertambangan yang *website* dan laporan tahunannya tidak dapat diakses adalah PT. Borneo Lumbung Energi & Metal Tbk (BORN), seperti dilansir pada www.cnbcindonesia.com bahwa perusahaan tersebut telah *delisting* dari Bursa Efek Indonesia tepatnya pada tanggal 20 Januari 2020 karena perusahaan belum menyampaikan laporan keuangan audit dan belum membayar denda (CNBC Indonesia, 2020). Selain itu, PT. Gramas Citrawisata Tbk. (GMCW) yang masuk dalam sektor pariwisata, telah lebih dulu pamit dari bursa setelah perdagangan sahamnya disuspensi oleh BEI selama lebih dari 24 bulan (Tari, 2019).

Hadirnya *Internet Financial Reporting* (IFR) sebagai media informasi yang dapat dimanfaatkan oleh perusahaan untuk kegiatan penyaluran segala informasi terkait perusahaan secara transparan, akurat, dan tepat dapat menjadi sebuah sarana berbasis internet yang memudahkan perusahaan dalam menyajikan laporan keuangannya untuk beberapa kepentingan, misalkan investor, pihak eksternal, dan kreditur. Laporan keuangan yang disajikan dengan menerapkan IFR merupakan kegiatan pengungkapan atas laporan keuangan yang dilakukan oleh perusahaan secara sukarela tanpa didasari oleh adanya peraturan yang berlaku. Namun pada kenyataannya masih saja ada beberapa perusahaan yang sampai saat ini belum juga memutuskan untuk melaksanakan penerapan praktik IFR dalam bentuk *website* pribadi yang dikelola perusahaan, bahkan ada beberapa perusahaan tercatat yang

belum memiliki *website* pribadi meskipun perusahaan tersebut telah terdaftar di BEI (Keumala, 2013). Adapun faktor lain dalam perusahaan yang dapat menyebabkan perusahaan belum berminat untuk melakukan praktik IFR yaitu faktor ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *growth*.

Hal tersebut membuat pemerintah mengeluarkan peraturan melalui Badan Pengawas Pasar Modal dan Lembaga Keuangan (BAPEPAM-LK) untuk menerbitkan Peraturan No: 431/BL/2012 pada tanggal 1 agustus 2012 terkait dengan kewajiban para emiten untuk mempublikasikan laporan tahunannya di *website* pribadi perusahaan. Peraturan tersebut menjelaskan bahwa emiten diberikan waktu 1 tahun untuk mulai membuat dan mengelola *website* nya. Artinya pada tahun 2013 seluruh perusahaan yang terdaftar di BEI diwajibkan untuk membuat dan mulai mempublikasikan laporan tahunannya di website pribadinya. Namun, peraturan ini hanya mewajibkan (*mandatory*) pengungkapan informasi laporan tahunan, sementara informasi lainnya terkait dengan perusahaan masih bersifat sukarela (*voluntary*) atau tergantung dari kebijakan perusahaan itu sendiri (Gunawan, 2019).

Teori sinyal (*signaling theory*) di dalamnya menguraikan yang kaitannya dengan suatu hal yang mendorong perusahaan untuk menyampaikan segala informasi yang seharusnya kepada pihak eksternal. Dengan adanya informasi lebih yang dimiliki manajemen perusahaan maka akan menjadi dorongan bagi manajer untuk menginformasikan hal tersebut kepada calon investor dengan mengirimkan sinyal yang terdapat dalam laporan tahunannya yang bertujuan untuk meningkatkan nilai perusahaan melalui suatu pelaporan (Scott, 2012, p. 475). Dengan demikian

informasi lebih yang manajemen miliki, akan membuat manajemen selalu berupaya menyampaikan informasi yang bersifat privat yang atas dasar pemikirannya mempunyai kecenderungan diminati oleh calon investor dan pemegang saham terlebih apabila informasi yang disampaikan berupa berita yang baik. Hal tersebut juga menjadi motivasi tersendiri bagi manajemen untuk menyampaikan informasi yang dapat meningkatkan kreditabilitasnya.

Menurut Akbar (2014) praktik pelaporan keuangan berbasis internet memiliki tujuan sebagai media komunikasi antara manajemen perusahaan dan investor, terutama bagi investor sebagai pihak pengguna informasi yang termuat di dalam laporan keuangan yang dijadikan sebagai dasar pertimbangan dan pengambilan keputusan. Dengan dilakukannya pengungkapan informasi berbasis internet tentunya akan memudahkan investor dalam menilai kinerja perusahaan dan memperoleh segala informasi hanya dengan sekali “klik” pada *website* perusahaan.

Pemanfaatan IFR oleh perusahaan dapat lebih memudahkan dalam penyajian informasi keuangan, didukung pula dengan penghematan biaya, serta dapat lebih menjangkau para pengguna dengan cakupan geografis yang luas (Akbar, 2014). Penerapan IFR juga mampu merampingkan pengeluaran biaya oleh perusahaan terkait dengan pelaporan keuangan saat menerapkan sistem penyajian informasi yang awalnya *paper-based reporting system* dan kemudian dialihkan menjadi *paper-less reporting system* (Mohamed Hisham & Hafiz-Majdi, 2005).

Praktik *Internet Financial Reporting* dapat digunakan oleh berbagai jenis ukuran perusahaan. Hubungan ukuran perusahaan dengan IFR didukung dengan teori sinyal yaitu semakin besar perusahaan maka semakin besar pula sinyal yang

diberikan kepada investor terkait kondisi keuangannya berupa pelaporan informasi keuangan melalui internet (IFR). Ukuran perusahaan dikatakan dapat memengaruhi IFR karena perusahaan dengan skala yang besar tentunya tingkat kompleksitasnya juga tinggi, dengan demikian investor pun akan memerlukan informasi yang berhubungan dengan keuangan lebih banyak sebagai bahan terkait pengambilan keputusan untuk investasi agar lebih efektif. Selain itu perusahaan berskala besar memiliki kewajiban untuk menyajikan laporan keuangannya dengan lengkap kepada *shareholders* sebagai wujud pertanggungjawaban manajemen atas kinerjanya selama satu periode. Semakin tinggi tingkat ukuran perusahaan, maka diikuti juga dengan tingginya motivasi suatu perusahaan dalam memutuskan diterapkannya praktik IFR. Menurut penelitian Hussain, dkk (2018), Mokhtar (2017), Diatmika & Yadyana (2017), Yassin (2017), dan Reskino & Sinaga (2016) terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terkait ukuran perusahaan dengan IFR. Berlawanan arah dengan hasil yang diperoleh Verawaty (2015) yang dapat ditarik kesimpulannya bahwa antara ukuran perusahaan dengan IFR tidak terdapat pengaruh yang signifikan.

Profitabilitas merupakan rasio yang digunakan untuk menilai kemampuan suatu perusahaan terkait kinerjanya dalam memperoleh keuntungan. Rasio ini juga memberikan ukuran tingkat efektivitas manajemen suatu perusahaan (Kasmir, 2014, p. 115). Semakin tinggi tingkat profitabilitas mengindikasikan bahwa perusahaan memiliki kinerja yang baik. Hubungan profitabilitas dengan *Internet Financial Reporting* didukung dengan teori sinyal yaitu semakin tinggi profitabilitas yang diperoleh maka motivasi perusahaan untuk melaporkan

informasi keuangannya melalui internet (IFR) juga akan meningkat karena perusahaan memiliki keinginan untuk memberikan sinyal yang positif melalui praktik IFR. Perusahaan yang mengalami penurunan pada kinerja akan berdampak pula terhadap penurunan profitabilitas atas perusahaan tersebut. Tingkat profitabilitas yang rendah akan membuat perusahaan menghindari teknik penyampaian laporan keuangan ke media masa melalui IFR sebab perusahaan takut akan kehilangan investor apabila tetap melakukan penyampaian laporan. Sebaliknya, apabila tingkat profitabilitas perusahaan tinggi mereka akan secara sukarela menerapkan praktik IFR karena perusahaan beranggapan bahwa dengan semakin tingginya tingkat profitabilitas, perusahaan akan lebih mudah untuk mendatangkan minat investor agar memutuskan untuk menginvestasikan dana yang dimilikinya ke perusahaan mereka. Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ginting (2018), Mokhtar (2017), Andriyani & Mudjiyanti (2017) dan Yassin (2017) mengungkapkan bahwasanya profitabilitas (ROA) mempunyai pengaruh yang positif terhadap IFR. Berbeda hal dengan hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu oleh Diatmika & Yadyana (2017), dan Reskino & Sinaga (2016) menyatakan adanya pengaruh negatif antara profitabilitas dengan IFR.

Alat ukur suatu perusahaan dalam melihat sejauh mana perusahaan bergantung terhadap kreditur dalam pembiayaan aset perusahaan disebut *leverage*. *Leverage* (utang) merupakan salah satu faktor penting dalam unsur pendanaan (Hery, 2017). *Leverage* digunakan oleh perusahaan untuk membiayai kewajiban jangka panjang. Perusahaan dengan tingkat *leverage* yang rendah dianggap mampu membiayai kewajiban jangka panjangnya. Hubungan *leverage* dengan *Internet*

Financial Reporting didukung dengan teori sinyal yaitu semakin rendah leverage maka perusahaan akan percaya diri dalam melaporkan informasi keuangannya melalui internet (IFR) karena pengungkapan tersebut merupakan sinyal positif yang ditujukan kepada pihak eksternal mengenai kondisi perusahaan serta untuk menarik minat investor agar menanamkan modalnya. Menurut Hussain, dkk (2018), Diatmika & Yadyana (2017), Mokhtar (2017), Yassin (2017), Andriyani & Mudjiyanti (2017) dan Lestari (2016) mengungkapkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan terkait *leverage* dengan IFR. Sedangkan menurut Saud, dkk (2019), dan Reskino & Sinaga (2016) mengungkapkan bahwa tidak ditemukannya pengaruh antara *leverage* dengan IFR.

Menurut Abdillah (2016) pertumbuhan perusahaan merupakan kemampuan perusahaan untuk menjalankan kegiatan operasionalnya secara terus menerus atau kemampuan dalam mempertahankan kelangsungan hidupnya. Tingkat pertumbuhan (*growth*) yang tinggi menunjukkan kinerja perusahaan semakin baik yang meliputi kinerja keuangan maupun non keuangan, termasuk kaitannya dengan peningkatan pendapatan yang signifikan sehingga hal tersebut merupakan *goodnews* bagi manajemen. Hubungan *growth* dengan *Internet Financial Reporting* didukung dengan teori sinyal yaitu perusahaan yang mampu meningkatkan pertumbuhan perusahaannya (*growth*) akan lebih terdorong untuk mempublikasikan laporan keuangannya di internet melalui *website* pribadinya dengan tujuan agar publik mengetahui kinerja perusahaan untuk periode tersebut dan investor tertarik untuk menanamkan modalnya. Menurut hasil yang diperoleh dari penelitian terdahulu oleh Saud, dkk (2019) mengungkapkan adanya pengaruh

yang positif dan signifikan terkait variabel *growth* dengan IFR. Bertolak belakang dengan hasil yang didapat oleh Lestari (2016) yang mengungkapkan bahwa tidak adanya pengaruh terkait *growth* dengan IFR.

Dilakukannya penelitian ini atas dasar tujuan untuk menguji terkait adanya pengaruh ukuran perusahaan, profitabilitas, *leverage*, dan *growth* dengan pengungkapan informasi laporan keuangan berbasis internet atau *Internet Financial Reporting*. Letak perbedaan pada penelitian yang akan dilakukan dengan penelitian terdahulu yakni terdapat pada sampel penelitian yang akan dipilih yakni berupa perusahaan yang termasuk dalam kategori perusahaan *high profile* yang tercatat di BEI pada tahun 2019. Alasan yang mendasari pentingnya penelitian ini untuk dilakukan yaitu adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu, antara peneliti satu dengan peneliti lainnya, selain itu industri *high profile* adalah industri yang memiliki tingkat visibilitas konsumen yang tinggi, risiko politis yang tinggi, dan persaingan yang ketat (Widayanti & Juliarto, 2016). Hal tersebut menarik minat peneliti untuk mengetahui bagaimana perusahaan-perusahaan yang termasuk dalam kategori *high profile* dalam memanfaatkan kemajuan teknologi dan internet untuk menjalin hubungan yang lebih baik dengan para investornya. Diketahui beberapa sektor perusahaan dalam industri *high profile* merupakan sektor yang pendapatannya terbesar di Indonesia, salah satunya yaitu sektor pertambangan yang menghasilkan pendapatan yang besar di sisi ekspor serta pada pembentukan PDB, tambang memberi kontribusi sebesar 4,70% untuk PDB Indonesia saat ini (Budiarso & Zuhri, 2019). Maka para pengusaha yang bergerak dalam sektor perusahaan *high profile* harus memanfaatkan kecanggihan dari teknologi dan

internet guna untuk perkembangan bisnisnya sehingga dapat membantu perekonomian Indonesia. Pada akhirnya dari semua penjelasan di atas peneliti tertarik untuk mengangkat judul: “**Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Internet Financial Reporting (IFR) Pada Perusahaan High Profile Yang Terdaftar Di BEI**”

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang termuat dalam latar belakang di atas, maka dirumuskan masalah untuk penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh terhadap pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI?
2. Apakah profitabilitas berpengaruh terhadap pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI?
3. Apakah *leverage* berpengaruh terhadap pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI?
4. Apakah *growth* berpengaruh terhadap pengungkapan *Internet Financial Reporting* (IFR) pada perusahaan *high profile* yang terdaftar di BEI?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh ukuran perusahaan terhadap *Internet Financial Reporting* (IFR).

2. Mengetahui pengaruh profitabilitas terhadap *Internet Financial Reporting* (IFR).
3. Mengetahui pengaruh *leverage* terhadap *Internet Financial Reporting* (IFR).
4. Mengetahui pengaruh *growth* terhadap *Internet Financial Reporting* (IFR).

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut:

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat berupa manfaat sebagai penguat penelitian sebelumnya, dan dapat digunakan sebagai referensi, serta tambahan ilmu bagi penelitian selanjutnya.
2. Diharapkan hasil penelitian ini membuahkan manfaat praktik yang dapat bermanfaat bagi perusahaan dalam meningkatkan hubungannya dengan kreditur dan investor agar terhindar dari asimetri informasi. Selain itu, diharapkan juga dapat bermanfaat untuk peneliti masa depan sebagai bahan referensi dan memberikan kemudahan sebuah perusahaan dalam pencarian terkait informasi keuangan yang efektif dan efisien melalui *Internet Financial Reporting*.

1.5 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pendahuluan akan diuraikan mengenai penjelasan latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan proposal.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini akan diuraikan mengenai teori, hasil penelitian terdahulu, dan kerangka pemikiran, serta hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini termuat penjelasan mengenai rancangan penelitian, batasan penelitian, identifikasi masing-masing variabel, definisi operasional dan pengukuran variabel, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data beserta metode pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV GAMBARAN SUBYEK PENELITIAN DAN ANALISIS DATA

Pada bab ini akan diuraikan tentang subyek penelitian, analisis data, dan pembahasan yang menjelaskan hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini akan diuraikan tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, serta saran dari penelitian ini.